

REVISTA

www.revistareview.pe ■ Año 4 ■ Nº 35 ■ noviembre 2024

REVIEW

LIFESTYLE

CASA TAMBO

Revalorizando la tradición

**LUJO
SAGRADO**

Ópalo Andino

**VINOS
DE LUJO**

Selección exclusiva

**CINDY
DIAZ**



EL PODER RESIDE EN LAS SOMBRAS

HBO ORIGINAL

DUNE

LA PROFECÍA

NUEVA SERIE

18 NOVIEMBRE | **mc**

RAS

E

A

ix

TIME TO TAKE ON THE WORLD



COBRA KAI II

ONLY ON

NETFLIX

PART 2 NOVEMBER 15



ESCRIBE: **MAFER TORERO**
Directora de Monday PR

CONECTAR A TRAVÉS DE HISTORIAS **EL AUGE DEL STORYTELLING EN PR**

En la era de la información, el público está cada vez más saturado de contenido, lo que representa un reto significativo para las marcas que desean captar y mantener la atención de sus audiencias. En este contexto, el storytelling (el arte de contar historias) emerge como una herramienta poderosa y esencial en las estrategias de relaciones públicas.

Las historias tienen la capacidad de resonar emocionalmente, de conectar a nivel humano y de convertir lo complejo en algo comprensible y memorable. En lugar de limitarse a transmitir datos y hechos, el storytelling permite a las marcas construir narrativas auténticas que las audiencias pueden recordar y con las que pueden identificarse. El storytelling se centra en transmitir el propósito y los valores de una marca de una forma genuina. En lugar de preguntar “¿Qué vendemos?”, la narrativa en PR plantea preguntas más profundas: “¿Quiénes somos?” y “¿Qué impacto queremos dejar en el mundo?”. Las historias bien construidas tienen el poder de forjar una conexión emocional. Al hacerlo, se crea un vínculo de confianza, y esa confianza es lo que impulsa la lealtad de los consumidores.

El storytelling también permite humanizar a las marcas, lo cual es vital en un entorno donde el público demanda transparencia y autenticidad. Ya no basta con afirmar que una empresa “se preocupa por el medio ambiente” o “apoya la diversidad”. Ahora, las marcas necesitan demostrarlo a través de historias reales y compromisos tangibles.

Un buen ejemplo es la manera en que ciertas compa-

ñías de moda sustentable cuentan las historias de los artesanos que elaboran sus productos o cómo las empresas de tecnología describen el impacto positivo que sus innovaciones han tenido en comunidades vulnerables. A través de estas historias, las marcas muestran, en lugar de solo decir, sus valores y su compromiso,

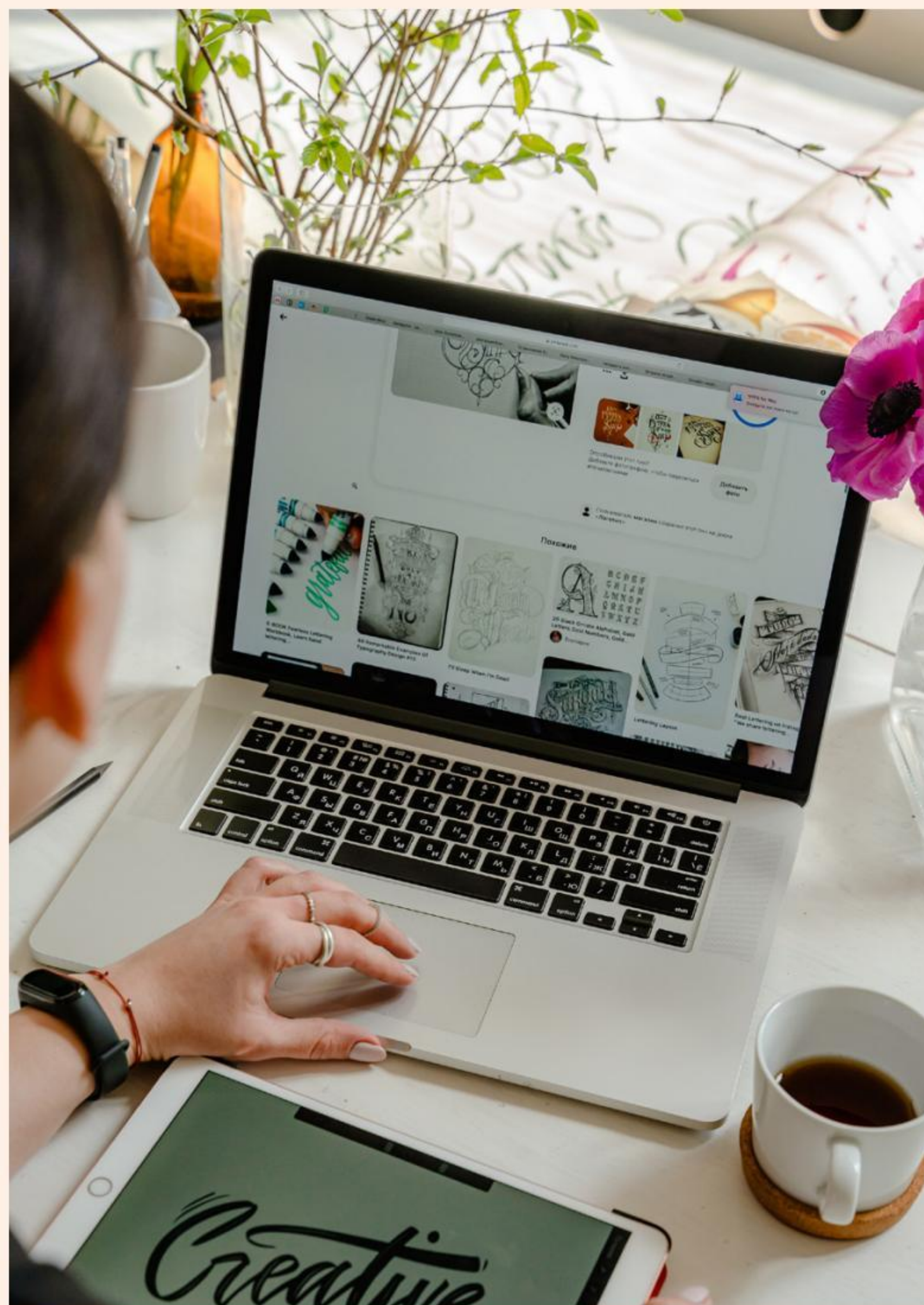
convirtiendo a los consumidores en testigos de su propósito.

Sin embargo, el storytelling no es solo una tendencia en PR; es una habilidad que requiere creatividad y empatía. No se trata de inventar una historia, sino de descubrir y narrar aquellas historias que ya existen dentro de la marca, alineando los mensajes con la identidad y los valores de la empresa.

Es en esta transparencia donde radica la diferencia entre una narrativa auténtica y un discurso vacío. Las audiencias actuales son increíblemente perceptivas y pueden detectar rápidamente cuándo una historia es sincera y cuándo no lo es. Para el PR, este es un gran reto, pues implica un equilibrio entre comunicar mensajes atractivos y mantener una

honestidad que genere confianza.

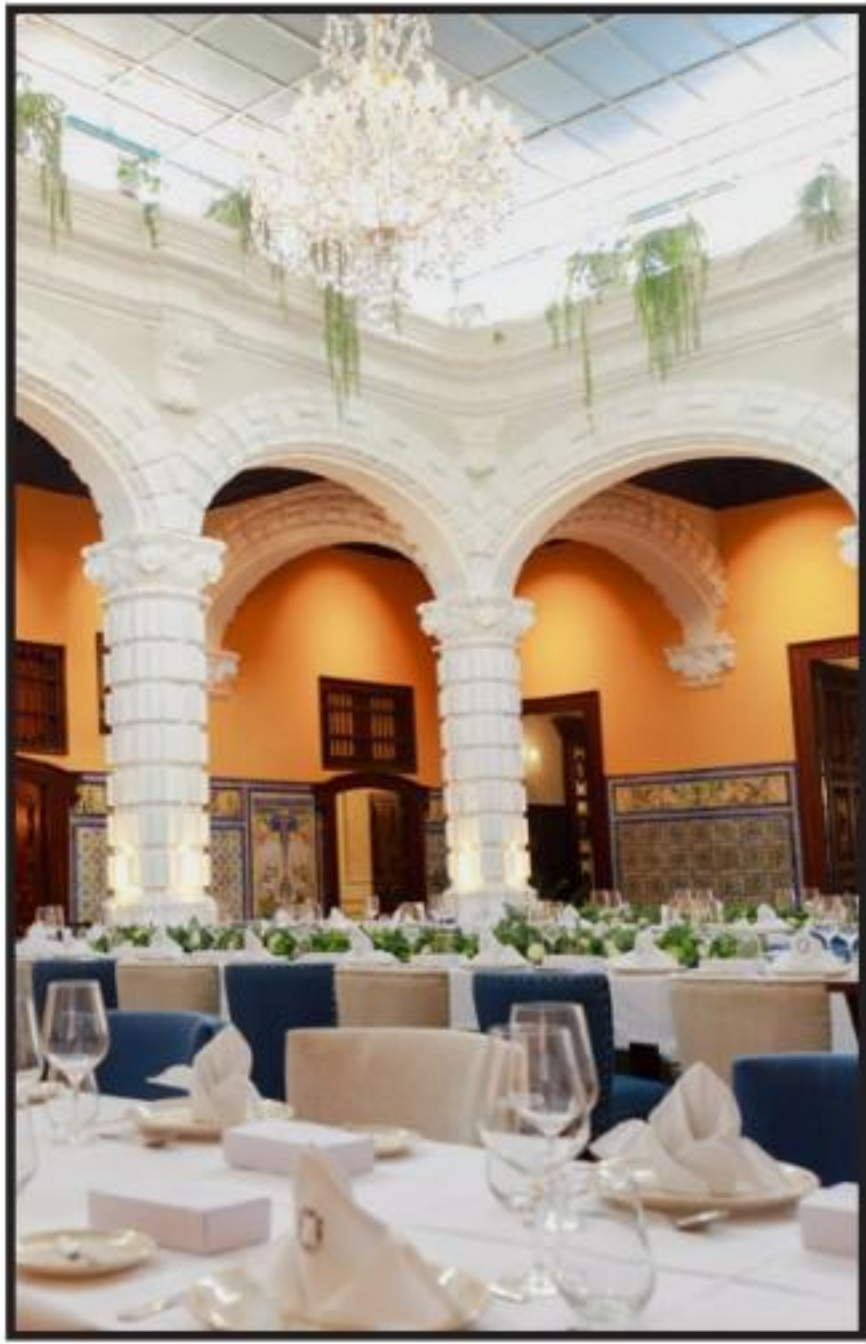
El storytelling es el nuevo pilar del PR porque va más allá de informar, invita a las personas a ser parte de la historia de la marca. En un mundo saturado de mensajes, las historias auténticas y bien contadas se han convertido en la mejor herramienta para sobresalir y, sobre todo, para construir relaciones duraderas. Al fin y al cabo, eso es lo que define el éxito en las relaciones públicas: la capacidad de conectar con el otro, de construir confianza y de crear una narrativa que las personas quieran seguir escuchando.



CASA TAMBO

10

Visitamos el restaurante reconocido como Mejor Nuevo Restaurante en los Premios Somos 2024 y que acaba de ser reconocido como Restaurante 5 Tenedores.



BTH HOTEL

18 Revista Review tuvo la oportunidad de visitar este hotel y de vivir la experiencia desde la visión de un huésped. Aquí te compartimos la reseña.

CINDY DIAZ

22 La reconocida actriz peruana continúa llevando su talento fuera de nuestro país. Esta vez, la actriz protagoniza la cinta chilena 'Análogos', la misma que además de ser reconocida en diferentes festivales internacionales,



PUBLICA CON NOSOTROS

Si quieres que tu marca o negocio llegue a más personas a través de una experiencia premium comunícate con nosotros. Conoce más de nuestros paquetes y tarifas escribiendo a mlivia@revistareview.pe

REVIEW

DIRECTOR: Michael Livia
AUTOR DE DISEÑO: Victor Miranda
DIRECTORA COMERCIAL: Maria Fernanda Torero
REDACCIÓN: Kenyi Coba, Miguel Vilchez, Mariaximena Tello y Paola Suárez.
FOTOGRAFÍA: José Rojas Bashe, Luis Chiang Chang.
PRODUCCIÓN: Kenyi Coba.
COLUMNISTAS: Karla Gutiérrez, Gilda Pérez y Leslie Arce.
COMMUNITY MANAGER: Dana Alva
WEBMASTER: Bryan Neil Rivera

REVISTA REVIEW
Jesús María - Lima - Perú
Telf: 963 347 536
Web: www.revistareview.pe
Instagram: [@revistareview.pe](https://www.instagram.com/revistareview.pe)

H&M BEAUTY

28

Influencers y maestros cerveceros de holanda se reunieron en un exclusivo master class..



DÍA DE LOS MUERTOS

30 Influencers y artistas participaron en la exclusiva fiesta organizada por Vogue México, en una noche cargada de lujo y diversión.

NAVAJAS PARRILLERAS

32 Hayaq nos comparte la receta de este delicioso plato para que puedas deleitar a tu familia o invitados.



VINOS DE LUJO

36 Paola Suárez nos presenta a los vinos galardonados en el Expovino 2024 de Wong.

MARY KAY®

CLINICAL SOLUTIONS®

¡NUEVA!



¡NUEVA! CREMA FACIAL CON EFECTO TENSOR
DE LÍNEAS DE EXPRESIÓN DINÁMICAS
MARY KAY CLINICAL SOLUTIONS®

SUNGALSS HUT FALABELLA

Esta propuesta cumple con uno de sus principales objetivos de presencia en el mercado peruano mediante la apertura de módulos en tiendas Falabella,



ofreciendo exclusivos modelos de marcas como Ray-Ban, Oakley, Gucci,

Prada, Versace, Burberry, Michael Kors, Miu Miu y más, al público nacional.



H&M BEAUTY

H&M Beauty llega a Perú, convirtiéndose en el segundo país de Sudamérica en contar con esta gama de productos de belleza.

QUICK REVIEW



NUEVA TIENDA ILAHUI

Ilahui, la reconocida marca inspirada en la cultura asiática, abre las puertas de su nueva tienda este lunes 11 de noviembre en el segundo nivel de Mall Aventura Plaza San Juan de Lurigancho, presentando a los clientes su nuevo formato de tienda.



XIAOMI SU7 ULTRA

Xiaomi celebró uno de sus eventos de lanzamiento más importantes del año, presentando oficialmente el Xiaomi SU7 Ultra en China Continental, el vehículo eléctrico de máximo rendimiento de Xiaomi. El Xiaomi SU7 Ultra está diseñado para ofrecer una experiencia de conducción definitiva, combinando alto rendimiento, tecnología y maniobrabilidad, siendo ideal tanto para la conducción urbana como en pista.



ALDEAS INFANTILES SOS PERÚ

Aldeas Infantiles SOS Perú inicia su campaña navideña con la venta de su panetón con el objetivo de brindar alimentación a miles de niñas, niños y adolescentes a los que sirve en sus programas. Gracias a la venta de 10,000 panetones, se busca asegurar cerca de 2 millones de raciones de alimentos.



ADIDAS KORN

La banda se une a adidas por tercera vez para celebrar este aniversario con una colección conjunta que emocionará a sus seguidores peruanos. Esta tercera colaboración nos ofrece una colección de vestimenta que se distingue por una estética audaz y singular.



HONOR PAD X8A

Con una pantalla inmersiva centrada en el ser humano, un sólido rendimiento de hardware, sistema de sonido excepcional y una experiencia de usuario impecable, la HONOR Pad X8a está diseñada para los usuarios que buscan un dispositivo versátil de fácil portabilidad en un diseño elegante y con estilo.

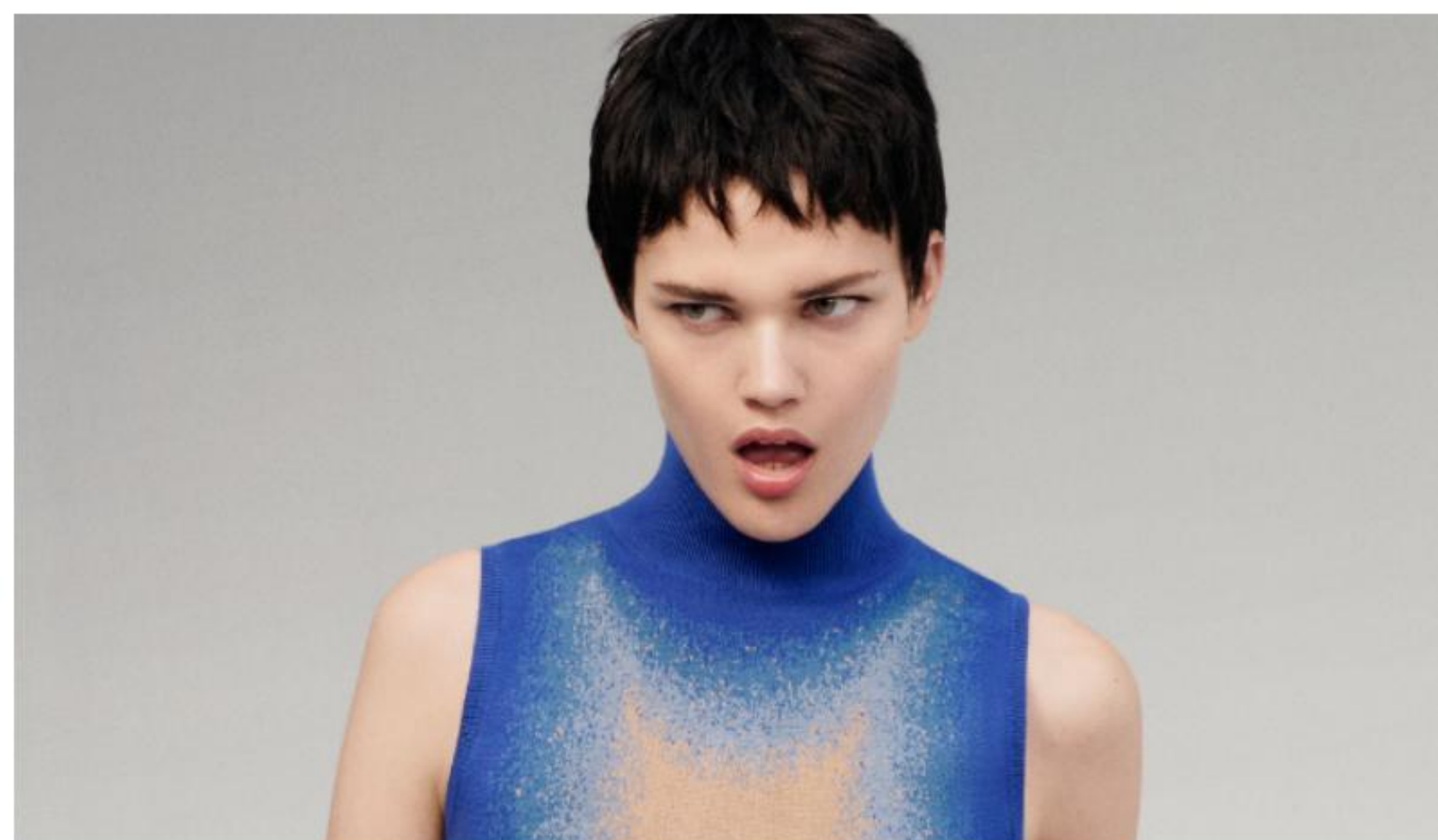


HUAWEI MATEPAD PRO 2024

EHuawei presentó su tablet insignia, mostrando sus rasgos de diseño únicos, sus innovadoras tecnologías de pantalla y sus prácticas herramientas de productividad.

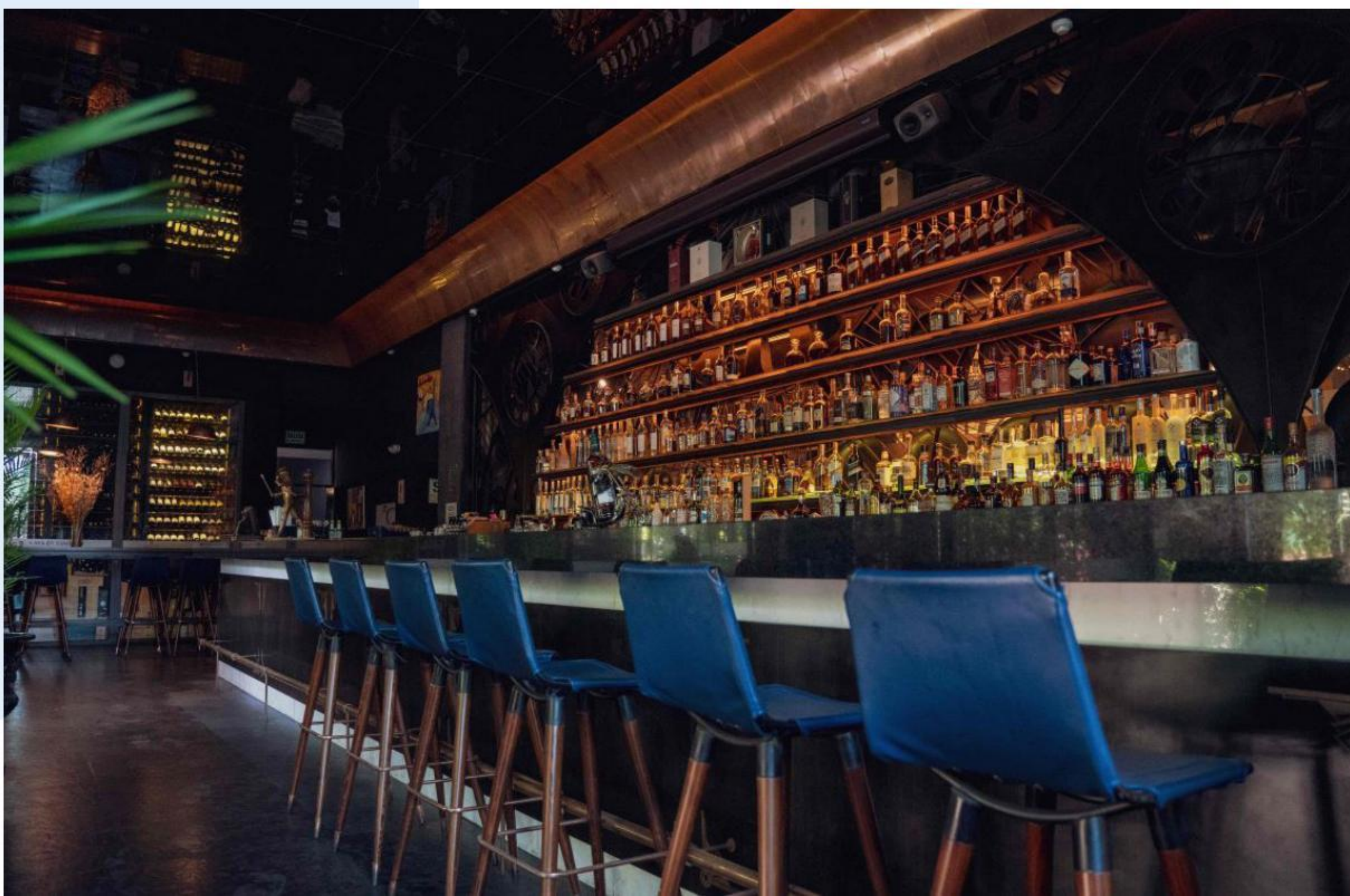
LCDS DON JUAN

Este nuevo bar miraflorentino en Lima se especializa en cócteles que destacan por el uso de distintos aperitivos, una categoría en auge que incluye bebidas logradas a partir de vinos aromatizados como los vermouth y los licores amargos como el Campari y amaros italianos, todos elaborados con una variedad de botánicos herbáceos y aromáticos.



DESIGUAL ALPHONSE MAITREPIERRE

Desigual lanza su segunda colaboración con el diseñador de moda Alphonse Maitrepierre, sumando elementos retrofuturistas a una colección enfocada en una feminidad empoderada. Maitrepierre aporta su savoir-faire francés y su refinada esencia a esta propuesta llena de formas, estampados y materiales que evocan una imaginaria retrofuturista noventa.





CASA TAMBO

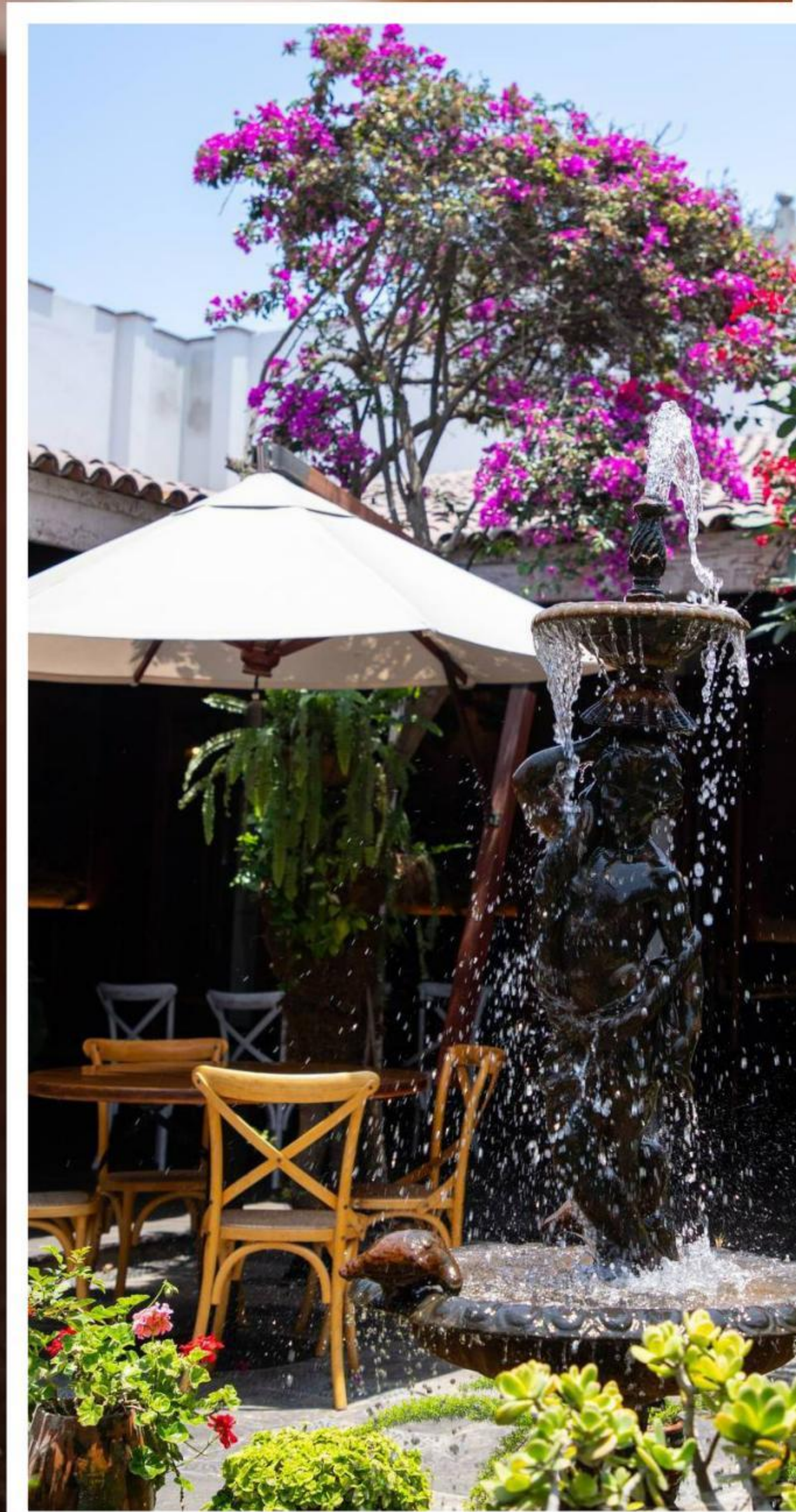
CULTURA Y BUENA
COMIDA



Visitamos el restaurante reconocido como Mejor Nuevo Restaurante en los Premios Somos 2024 y que acaba de ser reconocido como Restaurante 5 Tenedores.

Casa Tamboincorpora a su carta platos históricos de la gastronomía peruana por antonomasia, en un estilo moderno y con propuestas frescas.





El Centro Histórico viene adquiriendo nuevos brillos. En ese sentido, Casa Tambo se ha convertido en un destino imperdible para quienes aman la cultura, la buena comida y los momentos inolvidables. El camino recorrido desde el 2022, cuando se inauguró, ha sido desafiante, con una coyuntura política social adversa que por momentos los obligaba a cerrar, pero se mantuvieron firmes y hoy en día reciben un promedio de 10,000 clientes al mes.

La adquisición y restauración de Casa Tambo fue un proyecto altruista con el objetivo de retribuir a la sociedad a través de este significativo aporte a la cultura. “Este enfoque nos ha permitido crear un espacio autosostenible que enaltece la gastronomía peruana de antaño. Nuestro compromiso con la preservación cultural y la calidad

gastronómica ha sido clave para ganarnos el aprecio del público,” comenta Steve Morales, Gerente Adjunto.

Este enfoque al que se refiere ha logrado crear un ambiente donde la historia, la cultura y la gastronomía se encuentran en perfecta armonía. Los visitantes no tardan en decir que la casona es un museo virreinal. “Brindamos una experiencia integral que va más allá de lo gastronómico. Nuestros clientes pueden disfrutar de una atmósfera que celebra la riqueza cultural del Perú, creando recuerdos duraderos en un entorno único y acogedor. Este enfoque holístico es lo que define nuestra identidad,” explica el Gerente de Casa Tambo.

En la gastronomía, Casa Tambo destaca por haber revalorado recetas históricas por antonomasia. Entre las novedades de la carta resaltan manchapecho con panceta al jospé y el cabrito lechal con frijoles. La innovación llega con el pato

en ají, paiche a la brasa en hojas de bijao y quinoto de ají amarillo. Además, han incorporado una selección de cortes Angus, destacando entre ellos la entraña, que es uno de los favoritos por su sabor y ternura. Este corte, combinado su selección de vinos, ofrece un maridaje excepcional.

“Nuestro objetivo es ofrecer opciones que deleiten a los paladares más exigentes y que reflejen nuestra dedicación a la calidad y la innovación. Nuestros platos más populares incluyen el lomo saltado, el tiradito de lenguado y el ceviche. Estos platos son representativos de la rica gastronomía peruana y siempre logran captar la preferencia tanto de locales como de turistas. Cada uno de estos platos ha sido cuidadosamente elaborado para resaltar los sabores auténticos de la cocina peruana, vuelve a explicar Steve Morales.

La principal característica de Casa Tambo es utilizar

productos e insumos 100% peruano. Cada plato está elaborado con ingredientes de primera calidad, destacando lo mejor de la gastronomía peruana. Así mismo, la pastelería de antaño ha recobrado protagonismo. Postres tradicionales con un toque moderno encantan a los comensales. Destacan el ranfañote y queso helado, flor de canela y selvita.

“Nos hemos adaptado escuchando y considerando los comentarios y gustos de nuestros clientes. Hemos traído platos de la Lima de antaño, modernizándolos y ofreciendo una propuesta deliciosa que satisface a todos. Este enfoque nos ha permitido mantenernos relevantes y apreciados en el mercado. Además, hemos trabajado en estrecha colaboración con proveedores locales para asegurar la frescura y calidad de nuestros ingredientes, lo que ha fortalecido nuestra conexión con la comunidad y ha mejorado la experiencia gastronómica de nuestros clientes,” finaliza.





LUJO SAGRADO

RECONOCIMIENTO DEL ÓPALO ANDINO COMO PIEDRA NACIONAL

Imelda de Val presenta su nueva campaña 'Lujo sagrado' que busca reivindicar el ópalo andino como piedra símbolo del Perú es crucial para fortalecer la identidad cultural de los peruanos y el valor por nuestra herencia ancestral.





En la vasta riqueza natural y cultural que posee el Perú, el ópalo andino brilla con luz propia como una piedra preciosa de extraordinaria belleza y simbolismo. También conocida como ópalo azul, esta es una gema co-tizada a nivel internacional, llegando a costar hasta cinco veces más en el exterior que dentro del Perú.

Este mineral, caracterizado por sus tonos verde-azulados, es aún desconocido y poco valorado como piedra preciosa nacional por gran parte de la población. Sin embargo, no solo es una joya para el mercado internacional, sino también un símbolo

de identidad y orgullo para los peruanos, que refleja la riqueza y diversidad de nuestro patrimonio.

A diferencia de otras piedras preciosas, el ópalo andino posee un vínculo íntimo con las culturas ancestrales de los Andes, donde se le atribuían propiedades protectoras y de conexión espiritual. Reivindicar el ópalo andino como piedra símbolo del Perú es reconocer la historia, la cosmovisión y la creatividad de los pueblos que lo han venerado y trabajado durante siglos como herencia nacional.

En un esfuerzo por poner en valor esta gema única, la marca peruana de joyería

sostenible Imelda de Val se une a Volvo para impulsar la campaña “Lujo Sagrado”, que tiene como objetivo posicionar al ópalo andino como la piedra bandera de nuestro país, promoviendo su uso no solo como accesorio, sino también como emblema de nuestra herencia y orgullo nacional.

DESTINO ACARÍ: PA- RAÍSO DEL ÓPALO ANDINO

Esta iniciativa comienza con un viaje hacia Acarí, un distrito de la provincia de Caravelí en la región de Arequipa, donde se encuentra el yacimiento de ópalo andino.

Esta travesía es documentada, dando conocer este lugar y los paisajes maravillosos que lo rodean con el objetivo de conectar a cada peruano con sus raíces.

Volvo, a su vez, permite hacer de este un viaje seguro y confortable a través de un vehículo de alta gama que atraviesa diversos terrenos en una ruta de más de 8 horas y 564km. desde Lima hasta Acarí.

Este es un esfuerzo conjunto que pretende posicionar al Perú en el mapa global de la joyería de lujo, en una industria en la que la autenticidad y la sostenibilidad son cada vez más valoradas.

Además del impacto positivo en la economía del país, la valorización del ópalo andino como piedra bandera, es un paso esencial para fortalecer la identidad nacional y un acto de empoderamiento cultural, que permite a las comunidades mineras locales y a los artesanos compartir con el mundo su legado y su arte.

GASTRONOMÍA Y ORFEBRERÍA: UN HOMENAJE A LA CULTURA MOCHE

Con el propósito de reconocer y difundir el valor del ópalo andino como piedra nacional del Perú, Imelda de Val une esfuerzos también con el renombrado chef Héctor Solís en “Lujo Sagrado”, una campaña que fusiona arte, cultura y gastronomía. Inspirados en la habilidad de la cultura mochica, reconocida por su excelencia en la orfebrería, “Lujo Sagrado” presenta un plato especial dentro de la carta del restaurante Fiesta creado en honor a esta civilización, exaltando tanto el talento ancestral como la riqueza de nuestros recursos naturales.

Este plato único, que será parte esencial de la campaña de promoción del ópalo andino, está elaborado con ingredientes emblemáticos del Perú: pato, maca y tubérculos andinos, productos que representan la diversidad y riqueza de nuestras tierras y que, a pesar de su singularidad, aún son poco valorados a nivel nacional e internacional.

Esta iniciativa conjunta no solo busca promover el reconocimiento del ópalo andino en el Perú, sino también inspirar un sentido de orgullo cultural en la población.

A través de un enfoque innovador que une joyería y gastronomía, “Lujo Sagrado” invita a los peruanos a descubrir y valorar el patrimonio que nos define como nación y a reconocer la singularidad de nuestras piedras y productos andinos.



VISITAMOS **BTH HOTEL BOUTIQUE**

H&M HOME nos presenta cómo su nueva propuesta aplica alguna de las nuevas tendencias en decoración para el hogar. Una mezcla perfecta de estampados, formas atrevidas y curvilíneas, y una paleta de cautivadores tonos cálidos en rosa, verde, marrón y mostaza.

Si estás buscando remodelar tu hogar o refrescar su imagen, aquí te comentamos cuáles son los elementos que no pueden faltar en tu lista.



Los tonos tierra han venido tomando cada vez más protagonismo en el interiorismo. Tanto en mobiliarios, como en pintura o decoración, esta paleta de colores es casi elemental en la imagen de un hogar moderno, más allá de los estilos que conserven sus espacios.

De la misma forma, las piezas o elementos que se distribuyen en cada ambiente también juegan un rol importante. Aquí, las tendencias nos llevan a inclinarnos por esculturas minimalistas de pequeño tamaño, adaptados para ser utilizados como accesorios clásicos del hogar.

H&M HOME ha adaptado cada uno de estos elementos para construir una propuesta de encanto moderno, con la calidad y la aspiración como protagonistas. Es así como presenta una cuidada colección de otoño que transmite frescura en estampados, colores y texturas, con detalles de interior para todo el surtido,

desde el salón y el baño hasta el dormitorio y el comedor.

PIEZAS CLAVES EN LA DECORACIÓN

Los tonos cálidos otoñales con fundas de cojín de colores tierra en bloque y burdeos con motivos hexagonales. Los portavelas son un detalle clave esta temporada, ya que infunden calidez y ambiente a tu salón.

Como técnica de decoración, elige entre una pieza ornamental más grande que sea protagonista, dos variaciones de portavelas escultóricos en negro y marrón, o una versión redonda de cristal con detalles dorados, para darle un toque más trendy a tus espacios. Otras piezas clave son los jarrones que permiten dar el acabado perfecto: quizás uno alto de cerámica blanca acanalada o una variación corta de cristal en marrón.

También es importante inyectarle alegría a





WE LOVE
HAVING
YOU HERE.

STOP



recibir invitados con irresistibles artículos esenciales, creados para elevar tu experiencia gastronómica. La colección presenta una serie de jarras verde bosque, platos estampados y fuentes de diferentes tamaños, tazas a rayas en rosa y verde, y manteles florales o de colores que combinan sin esfuerzo sofisticación y funcionalidad.

Tanto si organizas un gran festín como si disfrutas de una acogedora comida, nuestras piezas meticulosamente diseñadas aportan un toque de elegancia a cada ambiente de la mesa.

Esta colección, le añade un toque de personalidad y encanto a su comedor, convirtiendo cada comida en una ocasión memorable.

siente y perciben con suma delicadeza. Además, tienes opciones como el marcha latte y puedes refrescarte con un cold brew o un smoothie de frutos rojos.

LAS FLORES

La nueva temporada de otoño se extiende naturalmente al dormitorio y al cuarto de baño, donde el estilo convencional se une al diseño ecléctico.

Descubre una encantadora gama de ropa de cama en tonos rosas y verdes, adornada con motivos geométricos hexagonales que dan a su dormitorio una sensación de lujo moderno. Para crear un equilibrio armonioso entre comodidad y estética las alfombras afelpadas y texturizadas, bellamente elaboradas darán ese efecto.

La tendencia para esta temporada irá entre lana blanca, algodón con mechón marrón o atrevidos motivos geométricos en tonos rojo, burdeos, blanco y verde menta.

Por otro lado, transforma tu baño en un santuario de lujosa relajación con nuestras nuevas toallas y alfombrillas de baño, con delicados bordes festoneados en una gama de encantadores colores, como mostaza, rosa y blanco cremoso.



Como detalle final, añade una nueva cortina de ducha, una bomba de jabón y una taza para cepillos de dientes en amarillo plexi, que aportarán un estilo moderno y fresco a tu rutina diaria.

PIEZAS CLAVE

• Eleva tu sofá con nuevas fundas de cojín: un estilo burdeos con estampado geométrico, también disponible en mostaza y beige, un estampado floral en verde

apagado, rosa y amarillo o una variante más pequeña con flecos.

- Una bandeja de cerámica blanca acanalada, junto a un jarrón alto blanco acanalado.
- El estampado hexagonal se impone este otoño, ya sea decorando una cortina de ducha o un juego de cama de algodón.
- Platos estampados de estilo campestre en rosa, blanco y verde.





La reconocida actriz peruana continúa llevando su talento fuera de nuestro país. Esta vez, la actriz protagoniza la cinta chilena 'Análogos', la misma que además de ser reconocida en diferentes festivales internacionales, participará en la Competencia Internacional de Largometrajes del Insólito Festival de Cine

Revista Review conversó con ella para conocer más detalles de la película y de su carrera.

CINDY DIAZ

FOTOS:
MILAGROS AYALA

PRODUCCIÓN:
TRES LUCES FOTOGRAFÍA

MAKE UP:
ABRAKADABRA SALON SUITE

VESTUARIO:
VERA DONNA

ACCESORIOS:
JOIN

ANILLOS:
CORNELIO BORDA

Con el pasar de producciones y funciones, Cindy Díaz ha podido traducir en trabajo todo el talento que posea para construir e interpretar personajes. Lo hemos visto en el teatro, televisión, cine, tanto dentro como fuera del país.

Recientemente, ha estrenado una nueva producción que se suma a su objetivo de hacerse un nombre fuera de nuestras fronteras. La actriz protagoniza 'Análogos', filme chileno que ha recibido el Premio del Jurado en el 51° Festival Internacional de Cine Fantástico de Vilagarcía de Arousa (CURTAS) en Galicia, uno de los eventos más importantes del cine fantástico en España.

Incluso, la prestigiosa revista Variety elogió el trabajo de Cindy, señalando que su papel desempeña un rol fundamental en la historia narrada. Incluso, gracias a este papel fue la ganadora del premio Mejor Interpretación en el NOX Film Fest Uruguay 2024

Revista Review tuvo la oportunidad de conversar con ella para conocer más detalles sobre el detrás de cámaras de esta exitosa cinta, así como de los proyectos que sigue sumando en su carrera profesional y su pasión por la moda.

¿Cómo inicia el proyecto?

Yo conocí a Jorge Olguín en un Festival, el Viva Film Fest, y siempre nos quedaron las ganas de trabajar

juntos. En ese Festival presenté Rosa Chumbe y me surgieron varias oportunidades, aunque ninguna se concretó, excepto la de Jorge. En el Festival Insólito de hace algunos años, Jorge y su productora llegaron con la película "La Casa". Ellos ya tenían el proyecto de "Análogos" y mi personaje iba a ser hombre. Pero, cuando Carol (productora) me vio, dijo "ella es el personaje". En Pandemia se comunicaron conmigo, me enviaron el guion y así surgió el proyecto.

Además, es una gran oportunidad...

Sí, creo que es una gran oportunidad para que vean mi trabajo afuera y para seguir esta unión Perú-Chile. Como latinoamericanos a veces nos centramos en el trabajo solo por país, pero creo que tenemos mucho en común,





problemas y temas en común de los que se puede hablar.

¿Cómo construyen el personaje, fue un trabajo en equipo o ya estaba establecido?

Para mí fue importante saber el lugar que ocupaba mi personaje en la historia. Ella es una migrante que, al llegar el cometa a la Tierra es parte de los afectados, tanto los migrantes y los adultos mayores, porque se encuentran solos, de alguna forma. Creo que la imagen que él tenía es la imagen que tienen allá con respecto a los peruanos cuando llegan a otro país. Cuando llegas como migrante, tienes más oportunidades en un país en el que se habla la misma lengua que tu nativa, pero vas a ocupar puestos que quizás las personas de ese país no quieran ejercer.

Mi personaje trabaja en una tienda y así conoce al adulto mayor, José (Jorge Gajardo), porque él iba a comprar, es la única que se apiada de él como adulto mayor y decide ayudarlo. Creo que la imagen que daba el director es una crítica a la sociedad chilena. Porque nadie más se apiadó con esta persona, quizás porque entendía la soledad del adulto

mayor, porque es lo mismo que vive el migrante en un país ajeno.

Además de tu trabajo en cine, el público reconoce mucho tu arte por el teatro. ¿Cómo ves la industria? Porque parece que la preferencia por las tablas ha aumentado en el público...

Inicialmente, una temporada duraba 6 o 5 meses. Hoy en día las temporadas se han acortado porque hay más demanda. Tuvimos varias generaciones que no pudieron hacer teatro debido a la pandemia. Yo ya tenía una carrera de hace años, pero los nuevos talentos perdieron la oportunidad de demostrar su trabajo. Creo que eso ha hecho que haya más propuestas. Además, están surgiendo nuevos espacios y los espacios más importantes se han recuperado, como el Teatro Municipal o el Teatro Julieta.

También tuviste un paso por la televisión...

Es el espacio que me ayudó a conectar con el público. El crecimiento que tienes con televisión es increíble porque nos acerca al público. Muchos de los seguidores que tengo vienen de mi trabajo en televisión.

Pero has sabido mantenerlos como comunidad ¿Verdad?

Es que es importante para poder difundir mi trabajo. Es importante que el público vea el trabajo que hacemos y que podamos construir confianza en nuestros proyectos. Eso es algo que trato de hacer a través de mis redes.

Además de tener un espacio donde conectas con lo que parece ser otra pasión, la moda...

Sí, siempre me ha interesado la moda y siempre me ha interesado conectar la moda con mi trabajo para generar industria. Además, es importante que un actor proyecte toda esta industria peruana dentro de su marca o imagen. A mí me encanta trabajar con diseñadores peruanos.

¿Tendremos la oportunidad de ver "Análogos" en Perú?

Sí, me dieron hace poco la noticia de que la película llegará a los cines en enero de 2025.







LANZAM | H&M B

H&M Beauty llega a Perú, convirtiéndose en Sudamérica en contar con esta g

El lanzamiento del portafolio se realizó en un ambiente de spa. Las Beauty corners con los productos más de nail bars, donde probaron los es todos ve

FOTOS: **MICHA**
Realizadas con el HC



MIENTO BEAUTY

tiéndose en el segundo país de
rama de productos de belleza.

alizó en el corazón de Miraflores,
los asistentes pudieron explorar
s destacados. También disfrutaron
maltes de gel y de secado rápido,
ganos.

EL LIVIA
ONOR Magic V2





VOGUE M DÍA D MUER

Vogue en México celebró la Gala a
Tequila Don Julio, en donde Luana Ba
las únicas invitadas p

En el evento también participaron c
Dani Schulz, e



MÉXICO E LOS RTOS

Manual de Día de los Muertos by
Arron y Alondra Garcia Miro fueron
peruanas presentes.

destacadas figuras como Belinda,
entre otros.



PREPARA UNAS NAVAJAS PARRILLERAS

El mar peruano y su gastronomía nos permite tener algo más que un exquisito plato. Cada alimento, puede convertirse en una obra de arte para nuestros ojos y nuestro paladar. Así lo demuestra Renato López Morzán, chef del restaurante Hayaq, quien nos presenta estas increíbles navajas parrilleras.

Si quieres aprender cómo prepararlas, López Morzán nos comparte la receta.

RECETA

- Navajas frescas 16 u.
- Crema de ají amarillo 100 gr
- Queso parmesano 65 gr
- Dientes de ajo 50 gr
- Ají limo 10 gr
- Hojas de Culantro 10 gr
- Vinagre de manzana 20 ml
- Aceite vegetal 30 ml
- Orégano molido 5 gr
- Sal 5 gr
- Pimienta negra molida 3 gr
- Comino 2 gr
- Zumo de limón 100 gr

CHIMICHURRI

• Picar finamente en brunoise el ajo y reservar en un bowl, cortar en mitad y retirar las venas y pepas del ají limo, cortar en cubitos o brunoise y juntar en el mismo bowl con ajo picado, hacer los mismo con el culantro y homogeneizar.

• Agregar la sal, pimienta, comino, orégano y vinagre de manzana, mezclar bien e ir incorporando de a pocos el aceite vegetal, combinar la mezcla y reservar en refrigeración por 1 hora para concentrar sabores.



ALIÑO DE AJÍ AMARILLO

• En un bowl agregar la crema de ají amarillo y la mitad de zumo de limón, sal y pimienta y mezclar con hasta tener todo integrado, mantener refrigerado hasta su uso.

PREPARACIÓN

• Colocar de base la concha de la navaja. De base en la concha agregar el aliño de ají amarillo sobre el aliño colocar las navajas previamente limpias, sobre las navajas, agregar el queso parmesano previamente rallado y sobre esta colocar el Chimichurri.

• Mandar a gratinar al horno por 10 min. a 200* o gratinar con la ayuda de un soplete, una vez gratinados retirar y agregar el zumo de limón sobre las navajas.

• Emplatar y decorar con una flor comestible para darle más color.





Desigual.

A woman with short, wavy red hair and a surprised expression is holding a grey British Shorthair cat. She is wearing a sleeveless dress with vibrant, multi-colored vertical stripes in shades of pink, blue, yellow, and green. The cat is sitting on her arm, looking directly at the camera. The background is a solid, warm yellow.

**"I NEVER
THOUGHT
I'D WEAR
DESIGUAL!"
HARI NEF**

**THE GLOW
UP ISSUE**

www.desigual.com/es_PE/

LA MIRADA COMO PROTAGONISTA DE UNA RUTINA SALUDABLE

ESCRIBE: **GABRIELA RAZURI**
Técnica de belleza de Recamier, representantes de
Cosnova en Perú.

La estética ha evolucionado hacia una belleza más natural, donde la mirada es el principal canal de expresión.

En los últimos años, pestañas y cejas han tomado protagonismo en las tendencias de belleza, marcando una preferencia por resaltar estas áreas de manera orgánica y respetuosa con su salud.

Para aquellas que desean una mirada impactante sin comprometer la salud de sus pestañas, comparto cuatro tips esenciales para integrarlos a su rutina diaria:

Desmaquillado suave:

Siempre utiliza un desmaquillante bifásico o a base de aceite para retirar la máscara de pestañas sin frotar en

exceso, ya que esto puede debilitar las pestañas y provocar su caída prematura. Este pequeño gesto contribuye a mantenerlas fuertes y evitar su debilitamiento.

Optar por una buena máscara de pestañas:

Elegir una buena máscara de pestañas es fundamental. Uno de los más recomendados es la nueva Call Me Queen de Essence, gracias a su fórmula vegana, es ideal para quienes buscan un look que combine volumen y longitud sin comprometer la salud de las pestañas, y además,

es libre de crueldad animal.

Aceites naturales:

El aceite de ricino o de argán son conocidos por sus propiedades nutritivas y regeneradoras. Aplicados en pequeñas cantidades sobre las pestañas antes de dormir, pueden fortalecerlas y fomentar su crecimiento natural, aportando brillo y suavidad.

Cepillado diario:

Igual que el cabello, las pestañas se benefician de un cepillado suave que ayuda a distribuir los aceites naturales desde la raíz hasta las puntas, mejorando su textura y apariencia.

Las pestañas y cejas ya no solo

cumplen un rol estético; ahora son una extensión de nuestra personalidad. Las mujeres buscan soluciones que no solo ofrezcan resultados, sino que también cuiden la salud de estas áreas, adaptándose a un ritmo de vida más consciente.

El verdadero poder de una mirada radiante radica en su autenticidad. Adoptar hábitos de cuidado específicos y elegir productos con ingredientes que protejan y fortalezcan las pestañas hará que cada rutina se sienta como un ritual de belleza.





PUENTE ASTRUAL GRAN RESERVA 2020
MATURANA WINES
100% Carmenere– Valle del Colchagua, Chile

Color rojo cereza intensa. En nariz, elegantes aromas a frutas frescas como ciruelas, moras maduras con suaves notas de pimienta negra y tabaco. En boca fresco y de gran estructura. Final muy largo y persistente.

Maridaje: Pastas con salsa de carne, Filete de Atún o Pollo a la Parrilla.

Precio: S/. 99 soles

Canales de venta: Wong y principales licorerías



SUSANA B SIGNATURE
96% Cabernet Sauvignon
4% Malbec – Valle de Uco

Color rojo profundo, fruta negra, tabaco y notas florales y especias. El roble se percibe bien con taninos elegantes, mineralidad, frescura.

Maridaje: Carne de cordero, codorniz y caza.

Precio: S/. 159

Canales de venta: Canastería, entre otros.



PULPO 2023
PAGOS DEL REY

100% Albariño 2021 – D.O. Rias Baixas, España

Es un vino blanco limpio y brillante con matices verdosos. En nariz destacan sus flores blancas y aromas a melocotón y albaricoque. Sabor fresco, frutal, con volumen y un largo postgusto.

Maridaje: Almejas, mariscos, pulpo, calamares y mejillones

Precio: S/. 134.90 soles

Canales de venta: Wong, La Canastería, El Pozito, Disenzo, entre otras licorerías



ESCRIBE: **PAOLA SUÁREZ**
@MISSMARKETING.PE

Especialista en Marketing y Relaciones Públicas

5 VINOS MEDALLEROS

ISIDORA 2021
COUSIÑO MACUL
100% Riesling 2021– Valle del
Maipo, Chile

Color verdoso pálido brillante. Aromas a frutos tropicales, flores, pera, pomelo y manzana verde. En boca, refrescante, buena acidez donde predominan las notas cítricas y manzana verde.

Maridaje: Ostras, ceviche, comida japonesa, agri dulce y griega

Precio: S/. 49 soles

Canales de venta: <https://kahanli-cores.pe/>



ESTELA ARMANDO
LA POSTA WINES
100% Bonarda – Mendoza,
Argentina

Intenso color rubí con aromas a frambuesas frescas, rojas, negras y roble tostado. El sabor a frambuesas frescas recién partidas repercute en el paladar, junto a notas de cuero, chocolate amargo, y un toque de sándalo al final.

Maridaje: Carnes, Pollo o Pastas

Precio: S/. S/64.90

Canales de venta: Autoservicios y Licorerías especializadas

ALBO
E 2021
vignon | 4%
lco, Argentina

o y aromas de
y pimienta con
ciadas. En boca,
bien integrado,
antes, sutil
ra y largo final.
e res, cerdo,
otras aves de

0.90 soles
a: Wong, La
tras licorerías



Definitivamente la feria de vinos más grande del Perú es el Expovino de Wong y como cada año da lugar a su tan esperado concurso de vinos.

Este 2024, la competencia se realizó del 16 y 17 de setiembre, donde un selecto panel integrado por más de 100 expertos catadores, evaluó 1300 muestras de vinos. El resultado, 361 ganadores en cada categoría. En Gran Medalla de Oro, vinos cuyo resultado en la cata a ciegas supera los 92 puntos, lo obtuvieron 23 vinos y, Medalla de Oro, vinos con calificación superior a 85 puntos, lo obtuvieron 200 vinos. Puntajes que reconocen la calidad de los mismos.

Todos los vinos premiados están disponibles en las tiendas, en Wong.pe y a través de la App Wong. Acá cinco etiquetas que destacaron en dichos galardones



LA ROCHE
POSAY
MELA B3
s/229.90
Disponible en:
inkafarma

RAY-BAN
RB4385
s/785
Disponible en:
GMO



ADIDAS
GAZELLE
s/379
Disnible en:
<https://.adidas.pe/>



GUÍA DE REGALOS

RABANNE
MILLION GOLD
EDP INTENSE
s/549
Disponible en:
Falabella y Perfumerías
unidas

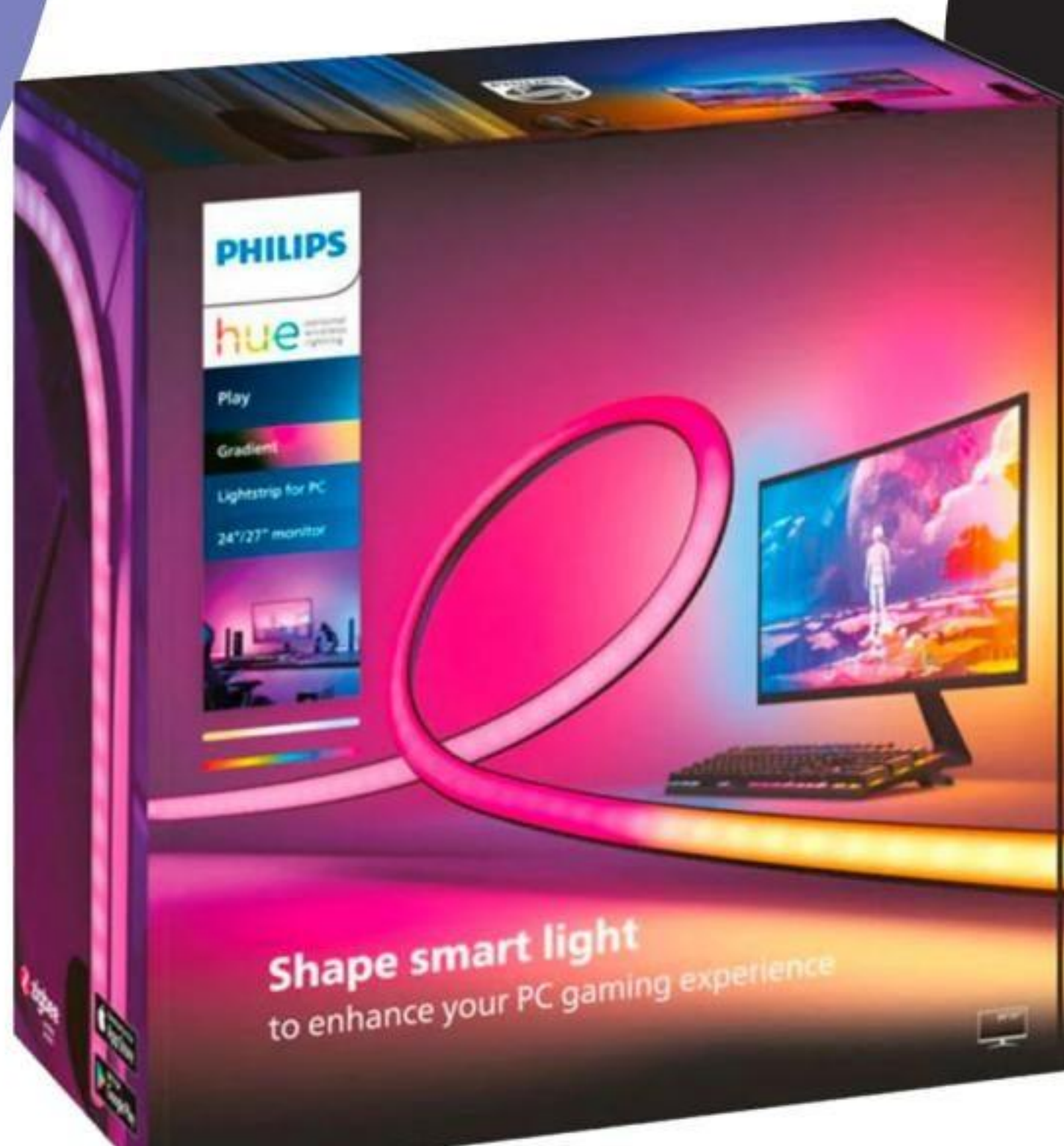


HONOR
PAD X9
s/2,999
Disponible en:
honorperu.pe

GUÍA GALOS



CHALECO
SASTRE DE
FLORES
s/349
Disponible en:
Desigual



PHILIPS HUE
TIRA CINTA LED
GRADIENT
s/815
Disponible en:
mercadolibre.pe



IPHONE 16
128GB
s/4,899
Disponible en:
ishop



ILUMINADOR
DE ÁCIDO
FERULICO +
NIACINAMIDA
s/121
Disponible en:
Mary kay

MARY KAY®

¡Nuevas Fragancias *Mary Kay*®
Embrace!



ABRAZA A QUIENES
TE RODEAN ABRAZA A
QUIENES TE RODEAN



Esta REVISTA fue DESCARGADA de JAROCHOS. Puedes
accesar a nuestro GRUPO PRINCIPAL en TELEGRAM a través
del Grupo de paso

@PurgatorioJarocho
<https://t.me/purgatoriojarocho>

En Jarocho NO promovemos ni incentivamos el uso inadecuado de autoría intelectual, solo compartimos material que ya se encuentra en Internet con una simple búsqueda en cualquier buscador o en sitios como PDFMagazine, WordlMagz, etc.
Si piensas que se están socavando tus derechos de autor mándanos un mensaje (con previa identificación como portador de los derechos sobre el material reclamado) solicitando la retirada del material.